

Telenovela brasileira na Europa: uma internacionalização em processo

**Brazilian “telenovela” in Europe:
an internationalization in process**

*Mauro Wilton de Sousa **

* Professor e pesquisador da ECA/USP.
Texto produzido em abril de 1993, durante período de estudo de pós-doutorado na Universidade Stendhal de Grenoble, França, para problematizar essa questão-tema, e apresentado, em nome da referida Universidade, no Seminário “Telenovelas latino-americanas”, realizado na Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha, de 28 a 30/04/93.

Resumo

A divulgação da telenovela brasileira na Europa vista através de três óticas:

1) a expansão da TV no Brasil; 2) a europa como mercado e 3) as mediações técnico culturais.

Palavras chaves: TV, telenovela, Brasil-Europa.

Abstract

The penetration of Brazilian “telenovela” in Europe can be analyzed from three perspectives: 1) expansion of TV in Brazil; 2) Europe as a market, and 3) the technical and cultural mediations.

Key words: TV, “telenovela”, Brazil-Europe.

No início deste século debatia-se na Itália o fato dos jornais publicarem romances-folhetins, muitos deles baseados em textos escritos há mais de cem anos ou, então, romances estrangeiros. Entendia-se que esses fatos poderiam dificultar o desenvolvimento de uma literatura popular nacional na Itália.

Gramsci comentava que era óbvio que os jornais, como organismos político-financeiros, aumentassem suas receitas com essas publicações e que também usassem os romances-folhetins como uma estratégia de difusão junto às classes populares. Ele ressaltava, no entanto, que se as pessoas gostavam desses romances-folhetins, o que importava era conhecer as razões dessa preferência.¹

Neste final de século, temas semelhantes vêm sendo debatidos. De um lado, o mundo da ficção predomina em diferentes veículos e gêneros da comunicação social, sobretudo na televisão, donde debates sobre a função social não só da ficção como da própria televisão, em especial nos países do terceiro mundo. Por outro lado, no contexto da ficção televisiva são crescentes a produção e o consumo de uma das expressões contemporâneas dos romances-folhetins, a telenovela.

A estrutura do romance-folhetim do século passado, e que foi utilizada em momentos e contextos diversos pelos jornais, depois pelo rádio e pelo cinema, em várias tradições culturais, foi reinventada a partir da televisão como um gênero que não é mais exatamente o antigo folhetim, nem o *feuilleton*, nem os seriados e nem mesmo a *soap-opera* americana: é a telenovela. Evidente que essa identidade que ela vem obtendo vincula-se à especificidade e às possibilidades da tecnologia televisiva, às condições dramáticas do seu desenvolvimento, bem como às formas de sua apropriação, quer pelas indústrias culturais, quer pelos consumidores. A teleno-

vela, além disso, tem-se diferenciado cada vez mais de outros gêneros pela maneira como trata o tempo e a estrutura narrativa.²

O debate se amplia quando se indaga sobre os seus produtores e consumidores no mundo contemporâneo. Nestes últimos vinte anos as telenovelas vêm aumentando seu espaço na programação televisiva diária em quase todos os países do mundo, na diversidade político-econômica tanto quanto sócio-cultural que caracteriza a sociedade atual. E é então uma novidade, e até um fato intrigante para muitos, quando se observa que seus principais produtores são indústrias culturais instaladas há poucas décadas, principalmente em países do terceiro mundo, como Colômbia, Venezuela, México e Brasil, no caso latino-americano.

A produção de origem brasileira tem-se destacado no atual mercado de telenovelas e vêm recaindo sobre ela indagações, quer sobre o lugar do antigo folhetim na reintegração televisiva do gênero; quer sobre o lugar político e cultural da telenovela em um mercado televisivo que pode oferecer outros gêneros: quer sobre o lugar da tecnologia na construção dessa nova identidade da telenovela, ou mesmo, se a maneira brasileira de produzi-la não é tão importante como a própria telenovela enquanto gênero. Todas essas indagações acabam refletindo uma preocupação básica: qual o lugar que a telenovela vem ocupando na vida das pessoas nos dias atuais.

Não há ainda estudos e pesquisas que possibilitem chegar a dados e indicações precisos a respeito de muitas dessas questões, mas há aproximações possíveis, em especial quanto ao caso europeu, onde são evidenciadas diversas das mediações presentes nesse processo de internacionalização da telenovela brasileira.

1ª APROXIMAÇÃO

A institucionalização da televisão no Brasil

A Rede Globo é o principal núcleo empresarial brasileiro produtor-exportador de telenovelas, tendo ao lado, com produções de menor escala, a Rede Manchete e o Sistema Brasileiro de Televisão. No início de 1993, as cinco principais novelas que a Rede Globo comercializou no mercado internacional foram:

| | |
|----------------|------------------------|
| Escrava Isaura | 67 países |
| Sinhá Moça | 56 países |
| Dancing'Days | 44 países |
| Baila Comigo | 36 países |
| A Sucessora | 34 países ³ |

Essas produções já foram exibidas no Brasil há um certo tempo, observando-se que outras, produzidas mais recentemente, não lideram essa comercialização, onde tem sido acentuado o interesse por telenovelas temáticas e históricas, também denominadas de telenovelas de época. Mas o que aqui se propõe destacar é que a entrada brasileira nesse mercado é fruto de um longo processo de amadurecimento, iniciado nos anos 1950, quando o Brasil foi um dos cinco primeiros países a implantar a televisão e, desde o início, como uma concessão do Estado a grupos privados.

Esse potencial de risco assumido pelas empresas privadas de televisão significou inadimplência de uns, o envolvimento de outros com capital estrangeiro como, neste caso, a Rede Globo; significou estabelecer um complexo jogo de interesses, durante vinte anos, com o governo militar do país que implantou todo um sofisticado sistema de apoio tecnológico com satélites e redes de comunicação, mas também impingiu censura diária a todas as formas de produção e comunicação cultural.

Num país que convive com o avanço de tecnologias e o atraso das mudanças sociais, a televisão foi se servindo da maturação já acumulada no país pelo teatro, pelo rádio, pelo cinema, e incorporando seus atores, diretores e técnicos; uma aliança de interesses com a publicidade aproximou a televisão do capital privado nacional, de multinacionais e de empresas públicas. Enfim, as circunstâncias de sua expansão coincidiram com as do desenvolvimento do processo capitalista de industrialização no Brasil.⁴

Talvez essa não seja ainda a televisão que o país deseja e pode produzir, mas ela ocupa hoje um espaço dentro da sociedade brasileira que merece ser melhor estudado e que é aqui pelo menos indicado em alguns dos seus aspectos. À medida que consegue chegar a todo o país veiculando imagens e valores que de alguma forma são correspondidos, no mínimo, pela audiência, ela passa a ter o que outras instituições não têm conseguido criar ou manter: um espaço permanente de trocas, ainda que à distância. Admite-se mesmo que à televisão tem cabido um papel de união nacional que outras instituições, como o Estado, não teriam conseguido, na dimensão e extensão de um país continental como o Brasil. Por essas e outras razões ela vem se afirmando como instituição e, por isso mesmo, nova fonte de referências sociais e políticas.

O lugar privilegiado oferecido à telenovela pelas principais emissoras do país em suas programações, e a resposta do público

a essas produções reforçam esse caráter institucional da televisão como também o crescente papel de mediação que ela vem desempenhando. Importada no seu início, na década de 50, foi sendo nacionalizada em suas narrativas, no seu quadro técnico de produção e no conjunto do seu *modus faciendi*; hoje, atores de cinema e de teatro trabalham não só na televisão como na telenovela de forma constante e sem os preconceitos que se verificam em outros países. Quando, em 1975, a telenovela *Gabriela* é pela primeira vez exibida em Portugal, é também o início de seu processo de internacionalização: a especificidade que o gênero adquiria no país dava sinais de vitalidade para ser exportado.⁵

Pesquisas indicavam, nos anos 80, que 75% da população urbana brasileira assistia diariamente telenovelas, e é fundamental entender o significado disso num país então com mais de 130 milhões de habitantes e onde, apesar da precariedade das condições de vida, a maioria da população dispõe de condições de acesso a um aparelho de televisão. Aos poucos havia sido quebrado o tabu da telenovela como divertimento exclusivo de donas-de-casa, dado que homens e mulheres, jovens e adultos de distintos grupos sociais as assistiam, e mesmo intelectuais. Quebrara-se a barreira de telenovela sinônimo de melodrama, onde temas sociais, políticos e históricos, religiosos e mesmo psicanalíticos começaram aos poucos a encontrar eco em suas temáticas. Diria Walter Avancini, um dos mais consagrados diretores de telenovela brasileira, que em pequenas doses questões mais complexas começavam a entrar na ficção porque já estavam na vida cotidiana real; ao lado das que abordavam mais questões temáticas, surgiram telenovelas que passavam também a acentuar as questões da vida cotidiana, os costumes, a moral, a vida política do país e as instituições.

Saber dosar e entrosar realidade e ficção talvez tenha sido um dos segredos para ela não se tornar reportagem ou documentário e nem entrar num mundo ficcional distante. E por isso ela se colocou como mediadora de práticas sociais do dia a dia, como aquelas que envolvem projetos de vida, sonhos, desejos e frustrações; tornou-se uma forma nova de lidar com o tempo na vida das pessoas, especialmente quanto ao passado, quando este não é só passado, ao contrário, é quase sempre presente. Nem sempre há nelas um componente social profundamente elaborado, mas elas acabam se tornando prática social diária de comunicação através da ironia, do humor, da sátira, do drama etc. Muitas vezes, quer

como televisão ou como narrativa televisiva, ela se coloca como o único canal de comunicação que muitas pessoas possuem, um contato sempre vivo e vivido, porque sempre trocado.

Essas considerações, ainda que em grandes linhas, procuram dar conta de um dado que é preciso ter claro para compreender a aceitação ou rejeição que a telenovela brasileira vem tendo no exterior: ela não tem sido consumida como um produto alheio à vida diária das pessoas, ao contrário, tem sido vivida de forma surpreendente no país. Quantas vezes andamentos de seqüências narrativas foram modificados pelos seus autores segundo o gosto popular, e, evidentemente, também segundo interesses mercadológicos, sempre presentes e determinantes. Recorde-se que a televisão participa de todo um estruturado e complexo sistema de apoio na imprensa escrita e falada, na indústria de discos e de sons, na criação e veiculação de informes sobre a vida dos atores e de seus personagens.

Provavelmente não tem cabido tanto pensá-la ao vê-la, mas apenas vivê-la, emocionar-se, negociar silenciosa, lenta e individualmente suas imagens, usos e significados; e isso é contatar, criar hábitos, costumes e práticas, é viver uma instituição. Não é difícil reconhecer aí o que teórica e conceitualmente se diz em comunicação como sendo “hábitos já relativamente integrados na cotidianidade, por serem capazes de se reproduzir e de, eventualmente, resistir, enquanto práticas sociais específicas, ou de se impor a práticas culturais preexistentes”.⁶

A telenovela vem assumindo este espaço estruturante de forma hegemônica na produção televisiva do país. Ressalte-se, por exemplo, que nos anos 90, mesmo com a exportação de programas infantis do tipo Xuxa, que ocupam diariamente as manhãs de milhões de crianças em todo o país, ou a exportação do formato de programas do tipo *Você decide*, não foram alterados os espaços construídos na audiência quanto à telenovela, ao contrário, reforçou-se sobretudo o lugar social da televisão; percebe-se melhor hoje, como será retomado mais adiante, que a televisão vem lidando de forma insistente com o imaginário, buscando suas fontes nas experiências sociais e culturais do país, mas de uma forma e numa intensidade talvez nunca antes acionadas em nível de grandes contingentes populares.

Quando se diz telenovela brasileira, e não apenas telenovela feita no Brasil ou mesmo telenovela da Rede Globo ou da Rede

Manchete, é porque há algo mais do que uma questão semântica, há uma vivência mais ampla sendo construída; evidentemente que o lugar da ficção televisiva não tem levado as pessoas a atitudes coletivas de transformação da sociedade, como talvez se quisesse ou se imaginasse desejável, papel que não tem cabido imediatamente à ficção televisiva; no entanto, outras relações estruturantes, indiretas e de longo prazo vêm sendo construídas em direções que não deixam de ser de transformação.

Essas observações sobre o processo de institucionalização da telenovela brasileira não exigem reconhecer que há outros tantos ângulos possíveis na análise desse processo, onde as contradições sócio-culturais da sociedade brasileira estão presentes na própria prioridade que as pessoas dão à telenovela na vida diária, assim como ela não deixa de representar em suas narrativas essas mesmas contradições.

2ª APROXIMAÇÃO

A telenovela brasileira no mercado europeu dos anos 80

Não se pode colocar em um pólo a produção de telenovela e em outro o mercado consumidor sem se contextualizar esses processos. E deve pesar nesse contexto a surpresa que aos poucos foi se expandindo em diferentes setores da comunicação internacional, no final dos anos 70 e início dos anos 80, quando se percebeu que a telenovela brasileira não era uma produção circunstancial mas resultado de uma indústria cultural emergente.

Nos anos 80, toda a Europa Ocidental vivia um período de crise na área audiovisual, em especial quanto à televisão, dentro de um processo de redirecionamento de políticas, prioridades e alternativas no setor. Na maioria dos países europeus a televisão já se desenvolvia desde os anos 50, embora não catalizasse audiência na intensidade como se deu em países como os da América Latina.

A experiência televisiva européia havia sido longamente marcada pelas televisões públicas, diretamente controladas pelo Estado. A desregulamentação que marcou esse período, isto é, a abertura de possibilidades de canais televisivos estarem nas mãos de empresas privadas, foi uma questão polêmica, já que envolvia o debate sobre as competências do Estado e da empresa privada na condução de bens culturais; envolvia debater como dotar as televisões de recursos competitivos ante avanços crescentes da tecnologia no setor. Cabe lembrar que o modelo, então em vigor,

de controle do Estado sobre a produção e veiculação de produtos comunicacionais mediatizados pela televisão, significava controle do sistema de quotas, ou seja dos critérios, proporcional e previamente definidos, para exportação-importação de programas, bem como para a própria definição do volume e características das programações televisivas diárias de esportes, música, informativos etc. Nos diferentes países da Europa Ocidental a relação entre Estado e coisa pública sempre foi muito acentuada e intensa e a televisão, por consequência, sempre foi vista como coisa pública, logo, diretamente ligada ao Estado.

A desregulamentação significava que se não houvesse outra alternativa do que a privatização a televisão poderia entrar em um processo de retração do seu lugar não apenas tecnológico e social mas político e cultural, ficar à margem de um processo competitivo internacional e, por isso mesmo, ser sufocada culturalmente, porque improdutiva.⁸

A telenovela brasileira se expande na Europa nesse contexto: mostrada como um produto novo, exótico, diferente, era um exemplo de como o antigo folhetim poderia ser trabalhado pela televisão com sucesso; mostrada em sua versatilidade e criatividade brasileiras, era exemplo de como uma indústria capitalista privada de comunicação poderia trabalhar valores culturais; mostrada ainda em seu nível técnico e qualitativo, ela estava também sendo utilizada para dizer ao Estado e à sociedade que o capital privado na área televisiva, a exemplo do que acontecia no Brasil, poderia vigorar em países europeus. Enfim, na ausência de recursos financeiros para rapidamente dotar de competitividade as emissoras de televisão, as telenovelas poderiam ser a curto prazo uma solução também econômica pelos seus custos.

O exemplo da França, onde a telenovela brasileira teve apoio de autoridades governamentais, no início dos anos 80, para ser apresentada a empresas e à sociedade, mas logo depois de um certo impacto desaparecer das programações televisivas diárias, é provavelmente um bom exemplo da importância desse crivo histórico-contextual. Em maio de 1993, um bom número de séries americanas, inclusive *Dinastia*, ocupava de forma hegemônica o horário vespertino das principais televisões generalistas do país. Alguns *feuilletons* semanais de origens alemã e canadense, e apenas uma telenovela brasileira *Dona Beija*, estavam inseridos nessas programações. O horário noturno era ocupado por filmes, progra-

mas do tipo *reality shows*, debates, documentários, mas nenhuma telenovela brasileira.

Na Itália, Alemanha e Portugal as telenovelas brasileiras são ainda hoje exibidas com regularidade e até com sucesso de audiência, destacando-se que o processo de privatização aconteceu nesses países de forma bem mais rápida e diferenciada do que na França; na Espanha, a telenovela vem obtendo índices crescentes de aceitação, inclusive com uma indústria cultural de apoio, mas a telenovela venezuelana é preferida à brasileira, sobretudo pela sua produção direta em língua espanhola, e não em dublagem, como no caso da produção brasileira.¹⁰

Outro aspecto contextual importante refere-se ao impacto das séries americanas, cujo exemplo de maior sucesso foi *Dallas*. A hegemonia norte-americana no mercado ficcional mundial também se dava na Europa no início da década de 80, embora estudos já evidenciassem questionamentos sobre essa produção.¹¹

A introdução da telenovela brasileira não significava ruptura dessa hegemonia mas uma programação alternativa, dado que ela não se enquadrava nos moldes das produções americanas.

Um terceiro fator contextual é o aprofundamento que os países europeus então desenvolviam sobre o sentido da comunidade que os une: ultrapassar a dimensão de comunidade apenas econômica e chegar a uma cooperação cultural mais forte. Isso se desdobrava em dois aspectos: de um lado, ampliar as trocas de produções culturais entre os diversos países; por outro lado, importava preservar, nesse processo de trocas, as culturas regionais tradicionais, fontes de identidade dos diferentes países. Assim, a produção regional dentro da comunidade foi valorizada mas também regulamentada, de sorte que certo volume de importações de programas viesse necessariamente da própria comunidade européia.¹²

Nos países subdesenvolvidos, “o interesse pelas programações estrangeiras parece correlacionar-se às fragilidades da produção endógena e à ausência de prioridades, segundo a política cultural de numerosos países, confrontados com os múltiplos problemas estruturais do desenvolvimento;”¹³ nos países da comunidade européia, a questão era menos de ausência de condições de produção cultural e mais a busca de uma política que propiciasse a subsistência de diferentes culturas, em espaços geográficos limitados, onde as novas tecnologias de comunicação, se não eram

uma ameaça definitiva, deveriam ser, no entanto, melhor consideradas desde logo.

Assim, abriu-se o mercado europeu, de forma mais regulamentada, para produções televisivas estrangeiras mas, igualmente, preservou-se espaço para produções provenientes da própria comunidade, e com isso foram resguardados os riscos de uma internacionalização que pudesse levar a uma universalização dessa mesma cultura européia.

A telenovela brasileira, em muitos momentos, não foi analisada no que ela era em si mas no que poderia significar nesse contexto. É bem verdade que até o seu *savoir faire*, em certas circunstâncias, foi objeto de interesse maior do que a própria telenovela.¹⁴

Esse contexto europeu da década de 80 marcou de forma acentuada tanto o processo de aceitação quanto de recuo ante a telenovela brasileira, de tal sorte que, provavelmente, prevaleceram nos diferentes países da comunidade mais questões político-mercadoológicas de um mercado em expansão do que um crivo técnico, estético ou cultural sobre as telenovelas; disso resulta a hipótese de que o mercado europeu talvez tivesse sido mais herético à telenovela brasileira não fosse esse contexto de transição de sua política de produção-consumo audiovisual.

3ª APROXIMAÇÃO

As mediações técnico-culturais

Uma das indagações mais freqüentes quanto à telenovela, tanto no meio acadêmico brasileiro como no europeu, refere-se ao seu poder de perpassar culturas e povos tão diferenciados. É como se, num aspecto mágico, ela tivesse conseguido agradar a muitos, ser lida e compreendida, por isso mesmo ser mais aceita do que rejeitada.

Questões semelhantes ocuparam muitos estudiosos, há alguns anos, quando da análise da audiência mundial das séries americanas do tipo *Dallas*; essas séries teriam conseguido um formato que tenderia a se impor através do mundo, quase que uma universalização de tais produções, de onde a standardização e homogeneização dos padrões de sua produção. As séries americanas, na verdade, não estariam propondo valores e nem trabalhando com uma estética especificamente derivados da cultura americana, mas com aqueles que já se constituíam em padrão universal. Elas teriam conseguido o *savoir faire* do sucesso mundial de ficções televisivas.¹⁵

As telenovelas brasileiras entram no mercado europeu também sob a égide dessa indagação e herdando uma cobrança semelhante, isto é, conseguir trabalhar com valores universais como condição de aceitação por povos de culturas tão diferenciadas.

Muitos estudos sobre recepção aos meios de comunicação social têm trabalhado com pressupostos semelhantes, entendendo que a diferenciação está mais no público e seus processos de leitura e não nos produtos em si; muitos esforços visando capacitar as pessoas para a leitura da televisão na verdade foram estruturados nesse raciocínio; as atitudes de resistência, mimetismo, aceitação e alienação resultariam exatamente dessas diferenciadas leituras e atitudes frente a produtos televisivos padronizados.

No entanto, talvez não deversem ser buscados na telenovela brasileira tais aspectos universais como critério fundamental de explicação de seu sucesso junto a públicos diferenciados, uma vez que a estrutura tradicional dos folhetins, sobre a qual se constrói a telenovela, já trabalha com temáticas universais, como as que se referem ao amor, conflitos familiares, ascensão social etc. Nesse sentido, todas as produções de telenovelas em diferentes países do mundo são iguais ou semelhantes, uma vez que lidam com as mesmas estruturas míticas das sociedades atuais. Esse não seria, pois, um bom critério de comparabilidade.

Por outro lado, quando se revê a literatura disponível sobre produção e consumo de telenovelas e se questiona um pouco mais se de fato precisariam chegar a valores universais para atingirem povos de culturas diferenciadas, duas hipóteses podem ser alinhavadas. São hipóteses que não eliminam a importância do crivo contextual histórico do mercado europeu dos anos 80, a pouco indicado, mas procuram adentrar nos aspectos que envolvem mais proximamente a própria produção da telenovela brasileira. A primeira hipótese é de que a telenovela conseguiu atingir um padrão de alta qualidade técnica onde predominam não padrões de comunicação vistos eventualmente como mais universalizados, mas valores culturais brasileiros, bem nítidos e bem dosados.

Assim, ao trabalhar estruturas míticas universais usando condições inovadoras no desenvolvimento da dramaturgia, formas ousadas de lidar com as imagens, as cores e os diálogos, obteve-se um padrão de qualidade com identidade técnico-cultural brasileira bem visível. Alie-se o fato de se ter conseguido um formato que facilita na compreensão do gênero, dosando a peculiari-

dade e singularidade de traços culturais brasileiros sem cair em traços exclusivamente locais e regionais, mais fechados e nuclearizados. As telenovelas que hoje lideram a exportação brasileira seriam um indicativo dessa afirmação: não deixam de tratar conflitos universais como a liberdade, direitos da mulher etc., questões mais temáticas presentes, por exemplo, em *Escrava Isaura*, mas também lidam com questões da vida cotidiana no mundo urbano-industrial contemporâneo, como em *Dancing' Days*.

Estudos preliminares realizados na Espanha, Bélgica, Alemanha e ex-Iugoslávia sobre aceitação da telenovela brasileira poderiam ser citados como confirmando essa assertiva, isto é, a aceitação da telenovela em seus traços gerais e universais mas reconhecendo o destaque daqueles que são mais peculiares à formação cultural brasileira.¹⁶

Essa peculiaridade cultural se expressaria ainda numa forma calorosa de contar histórias, mais próxima do real e da prática de vida, não se isolando num mundo irreal, mas fazendo constantes apelos ao mundo vivido das pessoas, o que facilitaria os telespectadores no processo de negociação entre realidade e ficção. Diversas telenovelas brasileiras têm conseguido dosar a crítica social à ironia, introduzir questões contemporâneas, a outras mais universais, enfim, resgatar o fantástico, o mítico e mesmo o melodrama, tão caro à cultura sul-americana. Esse apreço ao melodrama é exemplificado nos dias atuais por Gabriel Garcia Marquez quando se diz fascinado pela imagem e ter escolhido deliberadamente tratar sob a forma de melodrama o que lhe parece interessar ao maior número de pessoas em todos os tempos, o amor, sobretudo o amor contrariado.¹⁸

Nessa hipótese, as dificuldades da telenovela brasileira para ser aceita em diferentes países ultrapassaria a dimensão contextual mercadológica há pouco apontada: seriam dificuldades com os valores culturais brasileiros expressos nas telenovelas. Os traços que são fatores de sua identidade e que a tornam sedutora e descontraída, quer como expressões das contradições da sociedade brasileira, quer como componentes de um país tropical, são os mesmos que dificultariam a sua aceitação.

Assim, as representações da classe média brasileira, por exemplo, com as quais trabalha a telenovela, não só seriam diferentes para muitos como até mesmo agressivas e geradoras de confli-

tos para outros. As séries americanas trabalhariam com tais representações de forma menos conflitiva.

Por outro lado, para muitos, a telenovela brasileira é tão novidade como o Brasil. Se para uns o conhecimento do produto antecede ao do produtor, para outros a imagem que se criou sobre o Brasil precede e interfere na leitura que se faz da telenovela. É como se, entre a imagem de Brasil-música-dança-mulheres-carnaval-futebol ou a imagem de Brasil-favelas-miséria-crises políticas-país de terceiro mundo, a telenovela estivesse deslocada. A leitura do país, no caso, pode preceder e alterar a da telenovela.

Observe-se, ainda, que imagens de costumes que na cultura brasileira traduzem a sensualidade e a descontração em um país tropical, de repente, podem ser fatores conflitivos, como já mencionado, uma vez que são lidas em outros países de forma não só diferente como severa; chocam-se com valores de povos onde esses costumes não são aceitos, por exemplo, no que se refere à apresentação insistente do corpo humano não vestido socialmente.¹⁹

Uma segunda hipótese, com argumentos mais sociológicos, desloca essa prioridade dos valores culturais. A telenovela brasileira estaria conseguindo chegar a povos com formações culturais tão diferenciadas dado que teria conseguido ultrapassar os traços de uma cultura tão específica e de terceiro mundo como a brasileira, e chegar a um padrão cada vez mais acessível não só a povos de culturas diferenciadas mas a povos desenvolvidos.

As séries americanas, nessa segunda hipótese, não teriam tido sucesso dada a obtenção de padrões universais; estes não teriam sido ainda obtidos por elas, ainda muito presas a valores da cultura norte-americana; o seu sucesso mundial teria sido muito menos devido a um pretenso padrão universal conseguido e mais a um poder econômico norte-americano que as impõem no conjunto de suas influências mundiais. As telenovelas brasileiras teriam se expandido graças não a condições de poder econômico semelhante, mas ao nível de qualidade técnica e aos valores que consegue transmitir; elas teriam aceitação mais pelo índice de universalização conseguido do que pelos traços de uma cultura desconhecida para muitos e vista como exótica por outros.

Essas argumentações repousam no estudo mais aprofundado do processo de desenvolvimento que a telenovela seguiu dentro da própria sociedade brasileira. Ela se desenvolveu no período em que se configuravam os atuais segmentos da classe média urbana bra-

sileira, isto é, a partir dos anos 60. Em um período onde o processo de industrialização se expande mas o processo político é emperrado por um longo período militar vivido no país, os diferentes segmentos da sociedade civil pouco podiam interferir na construção de modelos e de representações dos novos segmentos de classe média, não apenas dos que se constituíam nos grandes centros urbanos como daqueles que, já dentro do processo político e econômico em vigor, tinham posições mais abrangentes e amadurecidas quanto ao momento político sendo vivido pelo país.

Assim, partidos, sindicatos, Igrejas, escolas e mesmo famílias debatiam na vida cotidiana suas subsistências mais do que o delineamento, discussão ou eventual implementação de expectativas de um novo modo de ser e de conduzir a vida social do país. As práticas de subsistência dessas instituições, fundamentais para a retomada da democracia, marcaram a vida do país de forma lenta e constante, mas não com peso suficiente para delinear modelos ou referências dessas novas configurações de classe. A ruptura mais imediata com o então governo militar era muito mais prioritária do que delineamentos envolvendo uma pós-ruptura.

Além disso, a telenovela surge como um novo espaço mercadológico na indústria televisiva brasileira, mas desde cedo marcada, como em outros instantes da história dos romances-folhetins, pelo crivo discriminatório de cultura de baixo nível, de programação de setores culturais despreparados à crítica e a valores estéticos mais qualificados e exigentes. No longo período em que as telenovelas subsistem enquanto desenvolvimento de um novo gênero televisivo, bem como experimentação de produção de narrativas também brasileiras, elas aglutinam setores mais esclarecidos dentro da literatura, do cinema, das artes e do teatro. É bem verdade que razões de subsistência pessoal motivaram a presença e a inserção de muitos nas produções iniciais da telenovela, bem como na busca de espaços onde se pudesse criar e comunicar para além da censura diária contundente que se verificava em todos os setores e formas de comunicação social.²⁰

Os novos segmentos de classe média brasileira crescem sob a dualidade de uma sociedade regida pela busca do desenvolvimento com segurança, binômio que marca então o período militar no país e, por isso mesmo, de uma sociedade limitadora também quanto aos sonhos e desejos das pessoas, quanto aos canais e possibilidades de sua expressão. A telenovela, obtém aos poucos, não

apenas novos níveis quantitativos de audiência junto a segmentos até então preconceituosos a seu respeito, mas ela evolui, se modifica, deixa de ser sinônimo de histórias açucaradas e, ao centralizar temáticas ligadas ao dia a dia desses segmentos de classe, passa a ser mais do que apenas narrativas televisivas; o uso mediador da telenovela na construção desse novo imaginário de segmentos emergentes de classe média é o que importa aqui reter como idéia chave nessa segunda hipótese, idéia ainda em fase de melhor estruturação histórica e conceitual.

No entanto, é difícil não reconhecer hoje o lugar alimentador, e por isso mesmo mediador, da telenovela na estruturação de valores morais, de ascensão social, e mesmo na esfera política. Mais tarde, nos anos que se sucederam ao período militar, quando se esperava pelo decréscimo quantitativo da sua audiência, elas se mantiveram e até mesmo ampliaram seu espaço na vida social do país. É aí que se percebe que talvez elas não tenham sido apenas espaço onde se refletiam esses valores e modelos de segmentos de classe, em configuração, mas foram também alimentadoras desses mesmos segmentos: de espaço de projeção e de reflexão também se colocaram como espaço emissor de valores, de negociação e de troca, a partir desses mesmos segmentos.

Assim, telenovela e classe média brasileiras teriam construído vínculos mais fortes, embora ainda pouco delineados, mas numa relação que propiciou que a telenovela não fosse apenas produto mercadológico para o consumo de certos segmentos de classe, mas indicador dos avanços da própria classe média, que à medida que superava as dimensões apenas nacionais de suas representações conseguia também contribuir na produção de uma telenovela mais universalizada e menos endógena e regionalizada.

Os discursos de encantamento e os de auto-referência produzidos pela indústria cultural brasileira para validar, a nível nacional, a aceitação da telenovela no exterior,²¹ acabavam sendo também discursos políticos na busca de validação e de referenciação, no exterior, desses aspectos universalizados sendo obtidos pela telenovela brasileira.

No contexto dessa segunda hipótese, as dificuldades de aceitação da telenovela brasileira no exterior poderiam ser justificadas mais como decorrência de um estágio de evolução do mercado europeu na área televisiva do que como resultado de uma análise rigorosa dos aspectos internos, técnicos e estéticos da própria telenovela.

Embora alinhavando aqui informações em duas hipóteses excludentes, reconheça-se que as mediações que a telenovela brasileira envolveu em seu processo histórico de produção, ao longo de décadas, ou as que ela hoje desencadeia em seus diferentes públicos, tem sido sempre mediações tensas. Ela têm lidado com tensões tanto quanto as têm provocado, já que, parafraseando Mattelart, ela se insere nas formas ideológicas e estéticas que cristalizam o imaginário coletivo e onde a memória popular e a memória nacional estão sempre em tensão.²² É difícil uma telenovela brasileira que não propicie impactos porque é difícil a tensão ficcional aí tratada não voltar à tensão real de onde foi buscada para ser reconstruída como ficção.

Conclusões

Estas aproximações mostram que não há um fator mágico, nem uma razão técnica, estética, política ou cultural que facilite, como uma resposta única, na explicação do processo de internacionalização da telenovela brasileira, mesmo na Europa.

A reflexão que aqui se acentua é que a televisão brasileira precedeu a experiência européia na luta por um lugar social e político da televisão. Isso não quer dizer que os espaços sociais obtidos pela televisão no Brasil sejam melhores ou piores do que aqueles obtidos na Europa. Mas há uma temporalidade, há usos diferentes da tecnologia em momentos e objetivos distintos, donde uma temporalidade também no processo de institucionalização da televisão. Se no Brasil e em outros países houve essa institucionalização, em outros ela ainda está em processo.

Há, no entanto, dois itens que resultam dessas considerações e que merecem mais estudos: primeiro, é o fato de que a televisão vem ampliando sua presença não mais apenas na vida individual de pessoas, mas na vida coletiva de povos, e vem sendo fundamental na criação de um espaço autônomo de comunicação social, fato que é novo mas não é isolado. Isso significa que povos que não tiveram o acesso de forma mais generalizada à cultura escrita estão chegando à civilização predominantemente pela cultura da imagem. O saber que ontem chegava pela tradição oral, pelos grupos religiosos, familiares, escolares, hoje tem o concurso, e até mesmo o caminho único, da imagem. Ela adquire, pois, poder de negociação que ultrapassa o que muitas vezes veicula, torna-se novo componente da construção do imaginário social. Mais do que

isso, ela vem revolvendo imaginários, criando e recriando condições das pessoas serem sacudidas, reforçadas e tensionadas em suas representações de si e do mundo; televisão e telenovela então se confundem nos seus usos sociais para diferentes povos.

Por outro lado, essa inserção no mundo do saber e da ficção através da imagem acentua outra questão, já presente na própria ambivalência da televisão: a complexidade de lidar com o mundo do imaginário social tanto quanto com o mundo das experiências vividas pelas pessoas.

E aí se dá o segundo elemento que aqui se aponta como mais uma hipótese para estudos: no consumo de telenovela o que está em jogo é também a ampliação do poder de negociação do mundo privado, não apenas enquanto esfera individual, mas enquanto resultado de experiências coletivas vividas num meio social; há um novo poder de negociação que não é igual ao que se deu através de instituições hoje já tradicionais tais como família, escola, partidos etc. Sociedades urbano-industriais de muitos países talvez estejam encontrando na telenovela um dos canais contemporâneos não apenas de manifestação e de passagem para a esfera pública de suas opiniões, desejos e de sentimentos, mas canal também de sua negociação, num campo social novo, marcado pela comunicação, e segundo formas e intensidade ainda não experimentadas por classes sociais emergentes em países que hoje consolidam seu desenvolvimento. Novas práticas de comunicação social vêm, pois, indicando novas configurações interativas de um espaço público que está atuando e redimensionando a esfera privada tanto quanto está, também, encontrando novos caminhos de articulação.

Estas reflexões reforçam mais uma vez a observação de que não há impactos isolados da telenovela, cabendo antes conhecer os parceiros da negociação com os quais hoje ela se envolve, isto é, as lógicas de construção do que hoje vem sendo entendido por opinião pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) GRAMSCI, A. *Literatura e vida nacional*. São Paulo, Brasil, Civilização Brasileira, 1978, pp. 104-105.
- 2) JOUET ET CONDRAY, S. — *Les nouvelles technologies de communication: orientations de la Recherche*. Rev. Etudes et Doc. d'Information. Paris, Unesco, nº 105, p. 39.
- 3) *Revista Veja*, São Paulo, Brasil, 17.03.93, p. 95.

- 4) SOUSA, Mauro Wilton de. *A Rosa Púrpura de Cada Dia: Trajetória de Vida e Cotidiano de Receptores de Telenovela*. São Paulo, Brasil, ECA, Universidade de São Paulo, 1985.
5. Vide:
- a) ORTIZ, Renato et alli. *Telenovela, história e produção*. São Paulo, Brasil, Brasiliense, 1989.
 - b) LASAGNI, C. et RICHIERI G. *Telenovelas, TV Brasileira e distorni*. Itália, RAI, 1986.
- 6) LACROIX, J. G. et alli. *Usages de la notion d'usages*. Paris, Inforcom, SFSIC, 1982.
- 7) Revista *Isto É*. São Paulo, Brasil, 03/09/92, p. 50; Revista *Veja*, São Paulo, Brasil, 17.03.93, p. 94.
8. Vide:
- a) BUSTAMANTE, E. et ZALLO, R. (Coord.) *Las industrias culturales en Espanha*. Madrid, Akal, 1988;
 - b) MIEGE, B. *Les multinationales de la culture et de la communication devant l'essor des reseaux et des medias commerciaux*; Paris, DSES/Unesco; 1987.
9. Vide:
- a) BOUQUILLON, p. *La reception des telenovelas brasiliennes en France*. São Paulo, Brasil, Rev. Intercom, Vol. XV, 1992;
 - b) LARSEN, Peter. *Import/Export: International Flow of television fiction; Reports and papers on Mass communication*. Paris, Unesco, 1990, n° 104;
 - c) MATELLART, Tristan (Coord). *TV publiques en Europes: Quelle offre pour quelle demande?* Alemagne, France, Italie et R. Uni. Eurocreation, 1991.
- 10) Vide:
- a) LARSEN, P. *op. cit.*, pp. 15-34.
 - b) ACHILLE, Yves — *Etude comparative des chaines europeenes publiques*; France/Telecom, vol. II, Gresec, Univ. Stendhal, Grenoble.
 - c) EANDON et alii — *Impact des nouvelles tecnolgies sur la concurrence das l'industrie de la TV en Europe*, Rapport Comission des Com. Europeenes. Bruxelas/Luxemburgo, 1988.
- 11) Vide:
- a) BIANCHI, J. *Comment comprendre les sucés international des series de fiction a la TV: le cas Dallas*. Lyon, Irpeacs, 1984;
 - b) BUSATO, Luis. *Telenovelas, un cas d'espèce. Rapport: Identités Culturelles et Com. Internationale*; Inforcom, 1992;
 - c) BERTHONEAU, V. et Thiebau E. *Les telenovelas bresiliennes*; Rev. Sonovision, n° 340, 1990, pp. 59-60.
12. VARIS, Tapio. *La circulation internationale des emissions de televison*; Rev. *Etudes et Documents. d'Information*. Paris n° 100, Unesco, p. 51.

13. JOUET, J. et CONDRAÏ, S. *op. cit.*, p. 40.
14. BOUQUILLON, P. *op. cit.* p. 107.
15. Vide:
 - a) JOUET, J. et CONDRAÏ, S. *op. cit.* p. 39;
 - b) BIANCHI, J. *op. cit.*, p. 45.
16. Vide em Rev. Intercom, São Paulo, Brasil, 1990, nº 62/62:
 - a) GARCIA Altadill, E. et RUEDA GALLARDO, F. *A telenovela brasileira na Espanha, 1984/1988.*
 - b) OBRADO VI é, D. *Telenovelas brasileiras na Iugoslávia como símbolo do heroísmo feminino.*
 - c) BILTEREYST, D. *As telenovelas e o público flamengo.*
17. BARBERO, J. M. *Procesos de communication y matrices de cultura—Itinerário para salir de la razon dualista.* México, G. Gilli, 1987.
18. Les feuilletons televisés europeenes. Paris, Rev. Cinemaction, nº 57, 1990, p. 63.
19. Vide:
 - a) BOUQUILLON, P. *op. cit.*, p. 115;
 - b) Cinemaction, *op. cit.*, nº 57, p. 35.
- 20) SOUSA, M. W. de. *op. cit.*
- 21) BUSATO, L. et CAPARELLI, S. *A novela vista de fora.* São Paulo, Brasil, Rev. Intercom, 1990, nº 62/63, p. 58/59.
- 22) MATELLART, M. et A. *Le Carnaval des Images — la ficction bresilienne.* Paris, La Documentation Française, 1987.